

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF PADA MAHASISWI TERHADAP PRODUK *FASHION***

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)  
Pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama  
UIN Raden Intan Lampung**

Oleh :

**Sekarlinda Lestari  
1631080004**

**PROGRAM STUDI : PSIKOLOGI ISLAM**



**Pembimbing 1: Abdul Qohar, M.Si**

**Pembimbing 2: Ira Hidayati, S.Psi, MA**

**PRODI PSIKOLOGI ISLAM**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**1442 H/2021 M**

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF PADA MAHASISWI KEPADA PRODUK *FASHION***

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar S1 Psikologi Islam (S. Psi) Pada Fakultas  
Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung**

Oleh :

**SEKAR LINDA LESTARI**

**1631080004**

**PROGRAM STUDI: PSIKOLOGI ISLAM**

**Pembimbing 1: Abdul Qohar, M.Si**

**Pembimbing 2: Ira Hidayati, S.Psi, MA**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

**UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

**1442 H/2021 M**

## ABSTRAK

### Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Terhadap Produk *Fashion*

Oleh :

Sekar Linda Lestari

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang membuat perubahan kehidupan kepada semua orang. Termasuk pada gaya hidup mahasiswi yang selalu berlomba-lomba mengikuti *mode* terbaru yang menuju pada gaya hidup hedonis. Hal ini membuat mahasiswi cenderung berperilaku konsumtif untuk bergaya hidup hedonis, mereka melakukannya untuk dapat diterima di lingkungan pergaulannya dan untuk mendapatkan status sosial pada kelompok teman-temannya. Gaya hidup hedonis bisa kita lihat dari barang yang dimiliki ataupun yang dikenakannya. Perilaku konsumtif dilakukan bukan hanya pada kebutuhan pokok namun individu justru mementingkan ego atau hawa nafsu dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Perilaku konsumtif yang sering dilakukan pada mahasiswi tertuju pada produk *fashion* yang selalu menjadi perbincangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi terhadap produk *fashion*.

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswi pada produk *fashion*.

Subjek pada penelitian ini yaitu Mahasiswi Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjumlah 100 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala psikologi yaitu skala perilaku konsumtif dan skala gaya hidup hedonis. Skala perilaku konsumtif berjumlah 24 aitem ( $\alpha = 0,859$ ) dan skala gaya hidup hedonis berjumlah 21 aitem dengan ( $\alpha = 0,656$ ). Teknik analisis yang digunakan yaitu korelasi *product moment* yang dibantu dengan *SPSS 25.0 for windows*.

Data yang dianalisis menunjukkan hasil sebagai berikut  $R_{xy} = 0,351$  dengan  $P = 0,000$  ( $P < 0,01$ ). Hasil yang didapat bahwa gaya hidup hedonis memiliki sumbangan efektif sebesar 12,3% terhadap perilaku konsumtif 87,7% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

*Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup Hedonis.*





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

*Alamat: Letkol H. Indro Suratmin Sukarama Bandar Lampung*  
*Telp(0721)703531 780421*

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis  
Dengan Perilaku Konsumtif Pada  
Mahasiswi Terhadap Produk *Fashion***  
Nama : **Sekar Linda Lestari**  
NPM : **1631080004**  
Program Studi : **Psikologi Islam**  
Fakultas : **Ushuluddin dan Studi Agama**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang  
Munaqosyah Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden  
Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Abdul Oohar, M.Si**  
**NIP.197103122005011005**

**Ira Hidayati, S.Psi, MA**  
**NIP.198711212019032012**

**Mengetahui**  
**Ketua Prodi Psikologi Islam**

**Abdul Oohar, M.Si**  
**NIP.197103122005011005**





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

Alamat: Letkol H. Indro Suratmin Sukarame Bandar Lampung

Telp: (0721) 703531, 780421

**PENGESAHAN**

Skripsi Dengan Judul : **HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI TERHADAP PRODUK FASHION.** Disusun Oleh **SEKARLINDA LESTARI. NPM : 1631080004.** Prodi : **PSIKOLOGI ISLAM.** Fakultas : **USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA.** Telah Dimunaqosyahkan Pada Hari/Tanggal : **Selasa/13 Juli 2021**

**TIM DEWAN PENGUJI**

Ketua : **Agung M. Iqbal, M. Ag**

Sekretaris : **Angga Natalia, M.I.P**

Penguji Utama : **Supriyati, S.PSI, M.SI**

Penguji I : **Abdul Qohar, M. Si**

Penguji II : **Ira Hidayati, S.Psi, MA**

**DEKAN**

**Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama**



**Dr. M. Afif Anshori, M. Ag**

**NIP. 196003131989031004**



## PEDOMAN TRANSLITERASI

*Transliterasi* Arab-Latin digunakan sebagai pedoman yang mengacu pada Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987, sebagai berikut :

### 1. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	A	ذ	Dz	ظ	Zh	م	M
ب	B	ر	R	ع	‘ (Koma terbalik di atas)	ن	N
ت	T	ز	Z			و	W
ث	Ts	س	S	غ	Gh	ه	H
ج	J	ش	Sy	ف	F	ء	‘ (Apostrof, tetapi tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ح	<u>H</u>	ص	Sh	ق	Q		
خ	Kh	ض	Dh	ك	K		
د	D	ط	Th	ل	L	ي	Y

### 2. Vokal

Vokal Pendek		Contoh	Vokal Panjang		Contoh	Vokal Rangkap	
ـَ	A	جَدَلْ	ا	Â	سَارَ	يُ...ئِ	Ai
ـِ	I	سَدِلْ	ي	Î	فَيْلْ	وُ...ؤْ	Au
ـُ	U	ذَكِرْ	و	Û	يُجُورْ		

### **3. Ta Marbutah**

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasroh dan dhammah, transliterasinya adalah /t/. Sedangkan ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/. Seperti kata : Thalhah, Raudhah, Jannatu al-Na'im.

### **4. Syaddah dan Kata Sandang**

Transliterasi tanpa syaddah dilambangkan dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu. Seperti kata : Nazzala, Rabbana. Sedangkan kata sandang “al”, baik pada kata yang dimulai dengan huruf qamariyyah maupun syamsiyyah. Contohnya : al-Markaz, al-Syamsu.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum wr wb*

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Sekar Linda Lestari

Npm : 16231080004

Program Studi : Psikologi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Terhadap Produk *Fashion* merupakan hasil karya peneliti dan bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka peneliti bersedia menerima konsekuensi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, April 2021

Yang Menyatakan

**Sekar Linda Lestari**  
**1631080004**



## MOTTO

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ<sup>ط</sup> وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

“Sesungguhnya orang-orang yang pemborosan itu adalah saudara setan dan setan sangat ingkar kepada Allah SWT” (QS.Al-Isra,: 27)

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Terucap syukur Alhamdulillah dari saya kepada Allah SWT, karena atas izin dan Ridho-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini, karya ini aku persembahkan untuk orang-orang yang aku cinta dan sayangi :

1. Bapak ku tercinta Jumadi dan ibu ku tersayang Alm Ibu Lilis Mujiati  
terimakasih sudah menjadi orang yang sangat luar biasa yang tiada henti-hentinya mendo'akanku, terimakasih telah memberikanku semangat serta nasehat yang sudah kalian berikan kepadaku Karena atas do'a-do'a kalianlah aku bisa melewati rintangan yang ada dihadapanku ini. Terimakasih banyak ya, bapak ibu berkat jerih payah kalianlah sekar bisa menggapai cita-cita sekar dan menjadi seorang sarjana.
2. Untuk kakakku Nike Rahayu Ningsih,. SE, Abangku Ramad Kunci dan Adikku Zahra Putri Maharani, Terimakasih atas semua dukungan yang telah diberikan dan terimakasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah aku saat aku sedang terjatuh, terimakasih sudah menjadi penguatku saat aku benar-benar butuh dukungan Alm ibu. Terimakasih sudah menghiburku setiap waktu.

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama peneliti adalah Sekarlinda Lestari, dilahirkan di Karangsari pada tanggal 25 Mei 1997. Peneliti merupakan anak Kedua dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Jumadi dan Alm Ibu Lilis Mujiati. Alamat tempat tinggal peneliti di Desa Karangsari RT/RW 015/003 Kec Padang Ratu Kab Lampung Tengah Provinsi Lampung. Berikut riwayat pendidikan peneliti :

1. TK IKI PTPN VII, Lulus pada tahun 2003
2. SD Negeri 01 PADANG RATU, Lulus pada tahun 2009
3. SMP Negeri 03 PADANG RATU , Lulus pada tahun 2012
4. SMA Negeri 2 GADING REJO, Lulus pada tahun 2015

Setelah lulus dari Sekolah Menengah Atas tepatnya pada tahun 2016, peneliti terdaftar sebagai mahasiswi pada program S1 Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan segala kenikmatan dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memenuhi gelar Sarjana Psikologi.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi yang ditulis ini masih jauh dari kata kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk kedepannya. Selain itu, terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dari pihak-pihak yang turut serta dalam memberikan dukungan secara moril maupun materil. Oleh karena itu, dengan segala hormat peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. M. Afif Anshori, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama
2. Bapak Abdul Qohar, M.Si., selaku ketua Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, sekaligus Pembimbing I terimakasih telah memberikan waktu untuk membimbing, memberikan motivasi, nasihat, dan do'a kepada peneliti sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini.
3. Ibu Anisa Fitriani, S.Psi, M.A selaku Sekertaris Prodi Psikologi Islam.

4. Alm Prof Dr. A. Fauzie Nurdin, M.S selaku Pembimbing Akademik terimakasih telah memberikan waktu untuk membimbing dan memerikan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Serta ibu Ira Hidayati, S.Psi, MA selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, informasi penting dalam hal perkuliahan, waktu untuk membimbing, memberikan motivasi, nasihat, dan do'a kepada peneliti sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
7. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Sahabat tercinta yang sejak awal masuk kuliah hingga saat ini, Winda Misrawati, Elvina Miranti, Nurafifah FN, Septri Yana, Riska Umi Triani, dan Okta Intan Sari yang memberikan support dan teman belajar selama perkuliahan.
9. Sahabat KKN Squad Tiya Yulita, Irma Hayuza, Beta Nur Ariana yang selalu memberi dukungan dan motivasi selama perjuangan tugas akhir ini.
10. Decky Aditya Ramandha yang senantiasa membantu mensupport dalam pengerjaan skripsi.
11. Sahabat SMA ku tercinta, Dini Rismala Dewi, Cindri Purwa Ningsih, Neni Agustiana, dan Eka Agustini P yang selalu memberi dukungan dan motivasi selama perjuangan tugas akhir ini.

12. Keluarga Besar Psikologi A 2016 yang telah kebersamai selama perkuliahan.

13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu yang telah berjasa membantu baik secara moril dan materil dalam penyelesaian skripsi.

Peneliti berharap kepada Allah SWT semoga apa yang telah mereka berikan dengan keiklasan dan kemudahan semoga menjadi ladang pahala dan amal barokah. Amin.

Bandar Lampung, September 2020

**Sekar Linda Lestari**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10

D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

A. Perilaku Konsumtif .....	14
1. Definisi Perilaku Konsumtif.....	14
2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif .....	15
3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif .....	16
4. Perilaku Konsumtif ditinjau dari Perspektif Islam .....	21
B. Gaya Hidup Hedonis .....	24
1. Definisi Gaya Hidup.....	24
2. Bentuk-bentuk Gaya Hidup .....	25
3. Definisi Gaya Hidup Hedonis .....	26
4. Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis.....	28
C. Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi terhadap Produk Fashion .....	29
D. Kerangka Berpikir .....	32
E. Hipotesis.....	34

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	35
B. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian .....	35
1. Perilaku Konsumtif.....	35

2. Gaya Hidup Hedonis .....	36
C. Subjek Penelitian.....	36
1. Populasi .....	36
2. Sampel .....	36
D. Metode Pengumpulan Data .....	37
1. Skala Perilaku Konsumtif.....	37
2. Skala Gaya Hidup Hedonis .....	39
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	40
1. Validitas.....	40
2. Reliabilitas.....	41
F. Metode Analisi Data.....	41

#### **BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN**

A. Orientasi Kancan dan Persiapan.....	42
1. Orientasi Kancan .....	42
2. Persiapan Penelitian.....	45
3. Pelaksanaan <i>Tryout</i> .....	48
4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
5. Penyusunan Skala Penelitian .....	50
B. Pelaksanaan Penelitian .....	51
1. Penentuan Subjek Penelitian .....	51
2. Pelaksanaan Pengumpulan Data.....	51
3. Skoring .....	52



C. Analisis Data Penelitian .....	52
1. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	52
2. Kategorisasi Skor Variabel Penelitian .....	54
3. Uji Asumsi .....	56
4. Uji Hipotesis .....	57
D. Pembahasan .....	58

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	63

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif .....	38
Tabel 2 Blue Print Skala Gaya Hidup Hedonis .....	39
Tabel 3 Aitem skala Perilaku Konsumtif yang Valid dan Gugur .....	49
Tabel 4 Aitem skala Gaya Hidup Hedonis yang Valid dan Gugur .....	50
Tabel 5 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif Sesudah <i>Try Out</i> .....	51
Tabel 6 Blue Print Skala Gaya Hidup Hedonis Sesudah <i>Try Out</i> .....	51
Tabel 7 Deskripsi Data Penelitian .....	53
Tabel 8 Kategorisasi Perilaku Konsumtif .....	55
Tabel 9 Kategorisasi Gaya Hidup Hedonis .....	55
Tabel 10 Hasil Uji Normalitas .....	56
Tabel 11 Hasil Uji Linierits .....	57
Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis .....	58

## **DAFTAR GAMBAR**

### **Gambar**

Gambar 1. Skema Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi terhadap Produk Fashion

Gambar 2. Struktur Organisasi FEBI

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **Lampiran**

- Lampiran 1. Rancangan Kedua Skala
- Lampiran 2. Distribusi Data Uji Coba
- Lampiran 3. Validitas dan Reliabilitas Hasil Uji Coba Skala
- Lampiran 4. Skala Penelitian
- Lampiran 5. Data Mahasiswi yang mengisi Kuesioner
- Lampiran 6. Data Skor Penelitian
- Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 8. Lampiran Kategorisasi
- Lampiran 9. Hasil Uji Asumsi
- Lampiran 10. Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 11. Surat Perizinan Penelitian
- Lampiran 12. Kartu Konsultasi
- Lampiran 13. Lampiran Turnitin



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Produk-produk *fashion* pada masa sekarang ini memiliki banyak model dan menarik perhatian para pembeli. Mulai dari pakaian, sepatu, tas, bahkan *make up*. Dengan model dan warna yang menarik membuat konsumen tertarik untuk membeli, bahkan sering kali dari mereka yang tidak memikirkan bandrol harga pada produk tersebut. Lingkungan mahasiswa yang kategorinya sudah paham akan *fashion* membuat mereka jadi sasaran para *reseller*. Pada umumnya setiap individu khususnya mahasiswa akan melakukan kegiatan konsumsi dan suka terhadap hal-hal yang berbau konsumtif seperti suka berbelanja. Mahasiswa yang terjebak dalam kehidupan perilaku konsumtif seringkali menghabiskan uangnya hanya untuk membeli berbagai macam keperluan yang berdasarkan keinginannya bukan kebutuhan, seperti membeli *handphone*, pakaian, makanan, hiburan, dan lain-lain (Maulana, 2013).

Bagi mahasiswa sendiri, mode, penampilan, dan kecantikan merupakan hal penting yang mendapatkan perhatian khusus. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, trend, dan mode yang sedang berlaku. Mahasiswa merupakan peserta didik yang telah terdaftar di sebuah Universitas dan memenuhi persyaratan lain yang ditetapkan oleh universitas yang bersangkutan. Terkait dengan aktifitas konsumsi, mahasiswi lebih sering menjadi sasaran bagi penjualan produk, misalnya pusat-



pusat pembelanjaan dibangun sebagai tempat untuk menarik dan menyambut kaum wanita secara khusus. Pada tingkat kebutuhan hidup wanita memiliki kebutuhan tambahan seperti kebutuhan kosmetik, pewangi, dan pakaian khas atau kecenderungan untuk mengakses mode dan gaya hidup terbaru.

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Wienaldi, (dalam Wastuti dan Pangaribun, 2019) perilaku konsumtif yaitu perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi tiada batas terhadap barang dan jasa yang kurang atau tidak diperlukan, hanya berdasarkan keinginan semata tanpa pertimbangan yang rasional.

Kampus yang seharusnya menjadi tempat dimana para mahasiswi mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki. Para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang *bermerk* untuk mengikuti *trend* terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kuliah yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan. Perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai perilaku kenakalan atau perilaku yang menyimpang ketika mahasiswa berbelanja dengan menggunakan uang kuliah, membohongi orangtua agar mendapatkan uang untuk berbelanja, menjual barang-barang berharga untuk berbelanja dan mencuri uang orangtua agar dapat membeli barang yang disukai.

Seperti Penelitian yang dilakukan oleh Enrico et al. (2014) yang berjudul *The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta* menyatakan bahwa fenomena perilaku konsumtif juga berdampak pada mahasiswa terutama yang berada di kota-kota besar. Kegiatan-kegiatan mahasiswa yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka seperti nongkrong di *caffe* dan *Mall* menjadikan mahasiswa menjadi lebih konsumtif dan kurang mempertimbangkan pola hidup hemat dengan cara menabung untuk kebutuhan yang tidak terduga. Hal tersebut dapat dilihat dari fenomena perubahan gaya hidup dan jenis kebutuhan manusia yang semakin beragam.

Seharusnya mahasiswa mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Seperti yang tercantum dalam UU pasal 13 ayat (1) yang berbunyi bahwa mahasiswa sebagai anggota *Sivitas Akademika* diposisikan sebagai insan dewasa yang memiliki kesadaran sendiri dalam mengembangkan potensi diri di Perguruan Tinggi untuk menjadi intelektual, ilmuwan, praktisi, dan/atau profesional. namun kehidupan kampus yang membentuk gaya hidup yang khas di kalangan mereka dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi membuat mahasiswa mempertahankan polanya dalam konsumtif, (dalam Anggraini dan Heru, 2017).

Pertumbuhan *marketplace* dan pola belanja konsumen yang mulai bergeser sedikit demi sedikit ke *daring (online)*. Apalagi, toko *daring* menawarkan lebih

banyak benefit dari segi harga yang kompetitif dan diskon menggiurkan. Tidak jarang, *e-commerce* memberikan subsidi ongkos kirim gratis dan bonus tambahan lainnya.

Sejalan dengan hasil riset Priceza yang dikutip dari artikel Marketeers.com, sejak 2015 hingga 2017 kota Bandung merupakan salah satu dari 5 kota besar di Indonesia dengan tingkat pembelanjaan online yang aktif terbanyak dan tersering. Selanjutnya peningkatan juga terjadi pada tahun 2019 seperti yang dilansir dalam detik.com pada tahun tersebut konsumsi rumah tangga mengalami peningkatan, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa peningkatan konsumsi rumah tangga pada kuartal I-2019 tumbuh 5,01%. Angka ini jauh lebih tinggi dibanding periode yang sama tahun sebelumnya yang hanya tumbuh 4,94%. Dari berita tersebut dapat dilihat bahwa konsumsi seluruh masyarakat setiap tahunnya akan mengalami peningkatan.

Menurut *Cuponation*, yang merupakan satu dari beberapa kode akses diskon dalam website resmi belanja daring di Indonesia, pembeli daring di Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun ini. Pada tahun 2018, pembeli daring diperkirakan menyentuh angka hingga 11,9% dari jumlah populasi di Indonesia yang sebelumnya pada tahun 2016 mencapai 9,6% dan naik menjadi 10,7% dari jumlah populasi Indonesia pada tahun 2017. Situs yang biasa dikunjungi antara lain *Grab*, *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, *Bli-bli*, *Buka Lapak*, dan *Gojek*. Perhitungan tersebut diperoleh dengan membagi jumlah populasi dan pengguna pembeli daring di Indonesia tiap tahunnya, dari data tersebut disimpulkan bahwa berbelanja *daring* tidak bisa dihindari dan setiap tahunnya

mengalami peningkatan. Dalam hal ini *bisnise-commerce* bisa menjadi peluang bagi masyarakat yang pintar memanfaatkan peluang, Putera (2018)

Diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bashir (2013) dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa gaya hidup adalah salah satu faktor yang berpengaruh pada perilaku belanja secara impulsif atau tanpa rencana sebelumnya karena sudah terbiasa dengan lingkungan disekitarnya. Sejalan dengan penelitian Sariatmini (2009) pada remaja di Malang menunjukkan bahwa remaja gengsi dan merasa malu jika tidak membeli barang-barang yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi mereka akan tetap membeli barang bermerek tersebut sekalipun dengan jalan yang tidak wajar. Banyak siswa di SMAN Kota Malang (79,60%) menyatakan melakukan tindakan-tindakan yang negatif seperti meminjam uang, mencuri, memalak, menipu, berbohong, bahkan melakukan tindak kekerasan terhadap orang lainhanya untuk memenuhi hasrat berbelanjanya.

Seperti penelitian Okta Fikasari (2017). Bahwa remaja yang memiliki gaya hidup kearah hedonisme dan kecenderungan konsumtif memiliki nilai konformitas yang tinggi terhadap teman sebayanya, remaja melakukan kegiatan-kegiatan konsumtif dan lebih cenderung mengikuti apapun yang dibeli oleh teman-temannya meski hal tersebut tak penting dalam kehidupannya (Yudasella & Krisnawati, 2019). Lebih lanjut dalam penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Sutriati, Kartikowati, Riadi (2018), tentang “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fkip Universitas Riau ”hasil penelitian yang

sudah dilakukan adalah gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Angkatan 2015 Universitas Riau. Sehingga hipotesis kedua diterima. Dengan demikian semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa tersebut.

Dari penjelasan fenomena diatas peneliti melakukan wawancara kepada tiga mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang peneliti dijadikan sampel observasi awal, mahasiswa A mengatakan melakukan tindakan perilaku konsumtif indikasi yang peneliti temukan dari tujuan mereka berperilaku konsumtif adalah untuk mengikuti *trend* saat ini, membeli produk *fashion* untuk menjaga penampilan, dan membeli produk mahal untuk mendapatkan pujian teman dan mencari kebahagiaan. Mahasiswa B mengatakan bahwa dia sering pergi ke mall ataupun toko pakaian untuk membeli pakaian jenis baru, meskipun pakaian sudah sangat banyak dan masih banyak yang bagus, tertarik akan diskon yang ditawarkan pada suatu *brand fashion* yang ada. Mahasiswa C sering sekali menghabiskan uang jajan hanya untuk menonton bioskop, dan menghabiskan waktu setelah pulang kuliah untuk berkumpul bersama teman-teman ditempat-tempat makan atau restoran terbaru. Ia juga mengatakan terkadang membeli barang hanya ingin terlihat keren di mata teman-temannya, dan menghamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas, seperti membeli barang yang sudah dimiliki, membeli barang atas dasar tertarik bukan atas dasar kegunaannya.

Perilaku konsumtif bisa terjadi karena beberapa faktor, menurut Kotler (2002) ada empat faktor perilaku konsumtif yaitu: a) faktor budaya (budaya, sub budaya, kelas sosial), b) faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), c) faktor pribadi (usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), d) faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap). Fenomena perilaku konsumtif ini tentunya akan terus berkembang, di karenakan adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif yaitu faktor pribadi yang salah satunya gaya hidup. Seperti menurut Kotler bahwa gaya hidup merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Gaya hidup mahasiswa yang semakin modern mendorong terjadinya perubahan sosial. Usia mahasiswa yang masih tergolong remaja seringkali membuat mereka tidak menyadari ketika gaya hidup mereka sudah mengarah pada gaya hidup hedonis. Mahasiswa sangat antusias dengan hal-hal baru, gaya hidup hedonis ini dianggap sangat menarik, mengingat gaya hidup hedonis memiliki daya tarik yang besar terhadap kehidupan mahasiswa.

Nadzir dan Ingarianti (2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya di luar rumah untuk bersenang-senang dengan temannya, gemar membeli barang yang tidak dibutuhkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya. Menurut Hawkins (dalam Yuniarti, 2015) gaya hidup yang dimiliki oleh



seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk dalam perilaku pembelanjaan atau membeli.

Penelitian yang dilakukan Almira Rizki Potania (2016), yang berjudul “Hubungan antara Konsep Diri dengan Gaya Hidup Hedonis pada Siswa SMAN 4 Surakarta.” Hipotesis pada penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis. Yang artinya semakin tinggi konsep diri yang dimiliki maka semakin rendah gaya hidup hedonisnya. Dengan sumbangan efektif konsep diri terhadap gaya hidup hedonis sebesar 22%.

Perilaku konsumsi berlebihan seperti yang dijelaskan diatas sebenarnya tidak diperbolehkan dalam islam. Harta yang dimiliki manusia dimuka bumi hanyalah titipan Allah SWT. Dimana suatu hari akan diminta pertanggung jawabannya oleh Allah SWT. Konsumsi juga mempunyai aturan dalam islam salah satunya halal yang thayyib, selain itu islam melarang seseorang berlebihan dalam membelanjakan uangnya. Sebagaimana disebutkan dalam hadist :

“ sesungguhnya termasuk pemborosan bila kamu makan apa saja yang kamu bernaflu memakannya.” (HR, Ibnu Majah) dan membelanjakan uang secara berlebihan juga dapat menyebabkan kemubaziran. Sebagai mana Allah berfirman dalam seperti surah Al-Israaa’ ayat 26-27 tentang buruknya pemborosan dan anjuran berbagi yang berbunyi :

لَشَيْطَانٍ إِخْوَانٌ كَانُوا الْمُبَذِّرِينَ إِنَّ تَبَذِيرًا تُبَذِّرُونَ وَلَا السَّبِيلَ وَأَبْنَاءَ الْمَسْكِينِ حَقَّهُ الْقُرْبَىٰ ذَوَاتِ

كُفُورًا لِلرَّبِّهِ الشَّيْطَانُ وَكَانَ

Artinya : 26 “ dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya kepada orang-orang miskin dan orang kaum dhuafa dan jangan lah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros”. 27 “ sesungguhnya pemborosan-pemborosan itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada tuhanannya.”

Pada ayat ini dikatakan bahwa orang yang bersikap *tabdzir* termasuk saudaranya syaithan. Dan ini menjadi sebuah penegas bahwa *tabdzir* itu merupakan suatu perilaku yang buruk. Tidak hanya menjadi kuffur nikmat yang telah diberikan oleh Allah, tetapi juga tidak ingat akan sesama yang membutuhkan, baik kepada tetangga maupun orang asing sekalipun. Pada awal ayat dijelaskan tentang bagaimana kita harus menjaga *hablu-minannas* kita. Dan pada akhir ayat dikatakan bahwa kita dilarang untuk bersikap boros terhadap harta kita. Ibnu Abbas dan Ibnu Mas’ud mengatakan bahwa perbuatan *tabdzir* atau pemborosan ini ialah menginfakkan harta di jalan yang salah atau keliru. Karena bagaimanapun seharusnya kita tetap bersikap rendah hati dalam menyikapi harta kita. Dan jangan sampai dapat membuat kita terlena oleh hal tersebut. Itu artinya kita harus bisa bersikap lebih bijak dalam hal mengkonsumsi sesuatu baik itu makanan, minuman ataupun pakaian. Seperti yang kita tahu perilaku konsumtif yaitu perilaku yang dipenuhi atas dasar keinginan dan kesenangan sesaat bukan didasari atas dasar kebutuhan hal ini menyebabkan seseorang bersifat boros dan Allah swt tidak menyukai hambanya yang melakukan pembelian yang berlebihan atau tidak rasional.

Sesuai dengan faktor-faktor perilaku konsumtif, gaya hidup hedonis sangat berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa, karena lingkungan mahasiswa yang menuntut mereka untuk hidup bermewah-mewahan.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan adanya persoalan ini, jadi rumusan masalah yaitu “apakah ada hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi terhadap produk *fashions* ?”.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, jadi tujuan dilaksanakannya penelitian ini yaitu supaya mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi terhadap produk *fashions*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini yakni diantaranya:

#### 1) Manfaat Teoritik

Hasil penelitian ini peneliti mengharapkan bisa memiliki manfaat agar dijadikan sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses konsumsi terutama bagi para mahasiswa sehingga dapat memberikan manfaat dalam berkonsumsi.

#### 2) Manfaat Praktis

##### a. Untuk Subjek Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan pada mahasiswa untuk tidak berperilaku konsumtif dan juga bisa menetapkan pola gaya kehidupan yang hemat.

b. Bagi Orang Tua

Melakukan pengawasan dan pengarahan terhadap anak sehingga anak tidak terjerumus ke perilaku konsumtif.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya mengenai perilaku konsumtif.

### **E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Terlepas dari beberapa pembahasan diatas, dengan ini peneliti mencari beberapa acuan dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul yang diangkat peneliti. Tujuan untuk menghindari adanya plagiat dalam penelitian, maka akan memenuhi kode etik penelitian ilmiah akan teramat dibutuhkan eksplorasi pada penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Hal ini bertujuan agar mempertegas penelitian serta sebagai pendukung teori yang berguna sebagai bahan pola pikir peneliti.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap beberapa penelitian sebelumnya, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan pada penelitian ini. Terdapat berbagai penelitian terdahulu yang relevan, yang didapatkan hasil pencarian peneliti :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Felicia Milka Hartono (2020) berjudul penelitian “Hubungan Antar Konformitas Rekan Sebaya dengan Perilaku

Konsumtif bagi Remaja Puteri” terdapat pengaruh yang positif yang signifikan antar konformitas teman sebaya pada perilaku konsumtif dalam remaja putri dengan nilai signifikan sebesar 33,5%. Yang artinya makin tinggi konformitas rekan sebayanya jadi makin tinggi juga perilaku konsumtifnya sedangkan apabila konformitas sebayanya rendah jadi perilaku konsumtifnya rendah pula.

Subjek yang dipakai dalam penelitian ini yakni siswi SMA Kristen YSKI Semarang sebanyak 90 orang. Tujuan penelitian ini adalah supaya mengerti hubungan antar konformitas rekan sebaaya dengan perilaku konsumtif terhadap remaja putri.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Keresdianto (2014) berjudul penelitian “Hubungan Gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *Fashions* Pakaiaan pada Mahasiswi di Fakultas Psikologi UIN Maliki Malaang”, ada penggaruh yang positif yang signifikan antar gaya hidup hedonis yang perilaku konsumtif. Pada nilai koefisien hubungan senilai 0,854 artinnya makin tinggi gaya hidup hedonsnya jadi makin tinggi pula perilaqaku konsumtifnya bila gayahidup hedonisnya rendah jadi perilaku konsumtifnya juga rendaah.

Subjek yang dipakai dalam penelitian ini yakni mahasiswa Psikologi UIN Maliiki Malang diambil 10% dari semua populasi yang bernilai 564 mahasiswi sampai didapat 57 responden. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui hubungan antar gayahidup hedonism dengan prilaku konsumtiv

*fashions* pakaian kepada mahasiswa fakultas UIN Maliki Malang. Pada penelitian ini memakai hubungan *product moment person*.



**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**  
**A. Perilaku Konsumtif**

**1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Menurut Wienaldi (Wastuti dan Pangaribuan, 2019), Perilaku konsumtif yaitu perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi tiada batas terhadap barang dan jasa yang kurang atau tidak diperlukan, hanya berdasarkan keinginan semata tanpa pertimbangan yang rasional. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (need) atau pembelian lebih didasarkan pada faktor keinginan (want).

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi.

Menurut Wahyudi (2013), Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Chita, David, & Pali (2015) Perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia atau individu untuk melakukan konsumsi tanpa adanya batasan, membeli sesuatu barang yang tidak pernah direncanakan atau tidak dibutuhkan dalam kehidupan secara berlebihan.

Effendi (2016) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku seseorang dalam membeli produk atau mengkonsumsi suatu produk dan jasa dengan tujuan hanya untuk memuaskan kesenangan dan tidak memiliki manfaat dalam barang tersebut dan hanya dipenuhi atas dasar keinginan.

## **2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif**

Menurut Lina & Rosyid (dalam Dwi Nurhaini, 2018), terdapat tiga aspek perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut:

### **a. Pembelian secara impulsif (*Impulsive buying*).**

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/keinginan sesaat, dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan dilakukan di tempat pembelian tanpa memikirkan apa yang akan terjadi.

### **b. Pemborosan (*Wasteful buying*).**

Pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan sehingga menyebabkan seseorang menggunakan uang untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokok. Perilaku ini sebagai salah

satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Pembelian secara tidak rasional (*Nonrational buying*).

Pembelian yang lebih didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau juga berbeda dengan orang lain serta adanya rasa bangga. Dimana hal ini menjadi salah satu perilaku yang dicari oleh individu dimana kenyamanan fisik seseorang dilatarbelakangi oleh sifat yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa *trendy*.

Menurut Tambunan (2001) aspek perilaku konsumtif ada dua aspek, yaitu: adanya keinginan mengonsumsi barang secara berlebihan, perilaku konsumtif dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata

Dari aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (dalam Dwi Nurhaini, 2018) ada tiga aspek dalam perilaku konsumtif yaitu: pembelian secara impulsif (*Impulsive buying*), pembelian berlebihan (*Wasteful buying*), dan pembelian secara tidak rasional.

### **3. Faktor-faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler (2000), adalah sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor kebudayaan yaitu:

### 1) Budaya

Budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Setiap kelompok atau masyarakat mempunyai suatu budaya dan pengaruh kebudayaan pada perilaku membeli beragam dari satu negara ke negara lain.

### 2) Sub budaya

Sub budaya merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas dari perilaku anggotanya. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu kelompok kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis.

### 3) Kelas social

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan para kelompoknya menganut nilai, minat dan perilaku yang serupa.

### b. Faktor Sosial

Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor sosial yaitu:

#### 1) Kelompok acuan

Kelompok acuan adalah suatu kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok acuan membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya hidup baru, dan mempengaruhi perilaku serta konsep pribadi seseorang.

#### 2) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer

yang paling berpengaruh. Kemudian Mangkunegara (2009) menambahkan keluarga sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.

### 3) Peran dan status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

### c. Faktor Pribadi

Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor pribadi yaitu:

#### 1) Usia dan tahap siklus hidup

Sepanjang hidup, orang akan mengubah barang dan jasa yang di belinya. Selera orang terhadap makanan, pakaian, perabotan, rekreasi sering terkait dengan umur.

#### 2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Setiap orang yang memiliki pekerjaan akan mempengaruhi barang dan jasa yang akan dibelinya, begitu pula dengan keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi suatu pilihan produk terhadap barang dan jasa.

#### 3) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

#### 4) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah ciri bawaan psikologi manusia yang terbedakan yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan adaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen sehingga mempengaruhi konsep diri seseorang. Menurut Mangkunegara (2009) konsep diri sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan.

#### d. Faktor Psikologi

Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor kebudayaan yaitu:

##### 1) Motivasi

Motivasi adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan.

##### 2) Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan seseorang individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

##### 3) Pembelajaran

Pembelajaran menggambarkan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.



#### 4) Keyakinan dan sikap

Keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan itu membentuk citra produk dan merek, dan orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi dapat disimpulkan ada empat faktor perilaku konsumtif yaitu: a) faktor budaya (budaya, sub budaya, kelas sosial), b) faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), c) faktor pribadi (usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), d) faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap).

#### **4. Perilaku Konsumtif ditinjau dari Perspektif Islam**

Dalam islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yang dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumberdaya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat kuantitas, dan kuantitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun sipiritual. Dalam konteks inilah kita dapat berbicara tentang bentuk-bentuk halal dan haram,

pelanggaran terhadap israf, pelanggaran terhadap bermewah-mewahan dan bermegah-megahan, konsumsi sosial, dan aspek-aspek normatif lainnya.

Dalam bidang konsumsi, islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Secara hirarkisnya, kebutuhan manusia dapat meliputi antara lain: keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*moderity*) dan sederhana (*simpelcity*). Pembelanjaan yang dianjurkan dalam islam adalah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan melakukan dengan cara rasional. Israf dilarang dalam al-qur'an. Tabzir berarti membelanjakan uang untuk sesuatu yang dilarang menurut hukum islam. Perilaku ini sangat dilarang oleh Allah SWT.

Tujuan mengkonsumsi dalam islam adalah untuk memaksimalkan masalah (kebaikan) bukan memaksimalkan kepuasan (*maximun utility*). Dalam memenuhi kebutuhan, baik itu berupa barang maupun dalam bentuk jasa atau konsumsi. Konsumsi dalam islam bukan berarti memenuhi keinginan libido saja tetapi harus disertai dengan niat supaya bernilai ibadah.

Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang dan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Orang akan cenderung memilih produk, jasa, atau aktivitas tertentu karena hal itu diasosiasikan dengan gaya hidup tertentu. Misalnya seorang remaja yang berorientasi sebagai mahasiswa akan memilih pakaian yang bermerk berbeda dengan remaja yang masih sekolah menengah atas.

Untuk itu kita dapat menelaah beberapa ayat al-qur'an dan hadist yang memberikan rambu-rambu tentang etika dan perilaku konsumsi sebagai berikut :

﴿كُفُورًا لِلَّهِ الشَّيْطَانُ وَكَانَ الشَّيْطَانُ إِخْوَانًا كَانُوا الْمُبْذَرِينَ إِنَّ﴾

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”[Q.S Al-Isra’(27)].

Menurut M.Quraish Shihab dalam bukunya yang berjudul “*Tafsir Al-Misbah*” beliau menafsirkan surah Al-Isra” ayat 27 yaitu sesungguhnya para pemboros, yakni yang menghamburkan harta bukan pada tempatnya, adalah saudara-saudara yakni sifat-sifatnya sama dengan sifat-sifat setan sedang setan terhadap Tuhannya adalah sangat ingkar. Sebab orang-orang yang menghambur- hamburkan harta secara berlebihan (boros) adalah saudara- saudarasetan. Mereka menerima godaan manakala setan-setan memperdaya mereka agar terjerumus dalam kerusakan dan membelanjakan harta secara tidak benar. Kebiasaan setan adalah selalu kufur terhadap nikmat Tuhan. Demikian pula kawannya, akan sama seperti sifat setan.

﴿قَوَامًا ذَلِيلِينَ وَكَانَ يَفْتَرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذْ أَوَّلَ الَّذِينَ﴾

Artinya : “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”[Q.S Al-Furqan(67)]

Dalam tafsir Ibnu Kathir mengatakan bahwa yakni mereka tidak menghambur-hamburkan hartanya dalam berinfak lebih dari apa yang diperlukan, tidak pula kikir terhadap keluarganya yang berakibat mengurangi hak keluarga dan kebutuhan keluarga tidak tercukupi. Tetapi mereka membelanjakan hartanya dengan pembelanjaan yang seimbang dan selektif serta pertengahan. Sebaik-baik

perkara ialah yang dilakukan secara pertengahan, yakni tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (Al Furqaan:67)

Dalam tingkat lanjut, perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis saling terpaut erat. Demi memenuhi gaya hidup hedonis, seseorang akan bersifat konsumtif meskipun hal tersebut bertolak belakang dengan realitas kebutuhan dan kemampuannya yang dimilikinya.

## **B. Gaya Hidup Hedonis**

### **1. Pengertian Gaya Hidup**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), gaya hidup adalah suatu pola manusia yang menggambarkan tingkah lakunya sehari-harinya. Setiap individu mempunyai ciri khas gaya hidup masing-masing. Jika terjadi suatu perubahan gaya hidup pada individu maka akan memberikan dampak yang luas pada berbagai aspek. Kotler dan Armstrong (dalam Rianton, 2012) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan.

Plummer dalam Setiadi (2015) mengungkapkan gaya hidup adalah cara hidup individu yang didefinisikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang dianggap penting dalam hidup (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang lingkungannya.

Kotler dan Keller (2009) Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang di tunjukan seseorang dalam aktivitasnya, minat dan ketertarikan diri mereka untuk mebedakan statusnya dalam lingkungan atau orang lain.

## **2. Bentuk-bentuk Gaya Hidup**

Bentuk-bentuk gaya hidup menurut Chaney (2003), antara lain :

### **a. Gaya Hidup Industri**

Dalam abad gaya hidup, penampilan diri itu justru mengalami estetisiasi kehidupan sehari-hari dan bahkan tubuh/diri (*body/self*) pun justru mengalami estetisiasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup.

### **b. Gaya Hidup Iklan**

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan, para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era yang maju informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (*image culture*) dan budaya cita rasa (*taste culture*) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang terkadang mempesona dan memabukkan. Iklan mempresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus citra diri untuk tampil di muka publik

### **c. Gaya Hidup *Public Relations* dan *Jurnalisme***

Para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesori fashion”.

#### d. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah hidup tanpa bergantung kepada orang lain serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri.

#### e. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang melakukan aktivitas untuk mencari sebuah kesenangan, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan, melalui media iklan, modeling dari artis yang di idola kan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya.

### **3. Pengertian Gaya Hidup Hedonis**

Veenhoven (2007) mengatakan individu yang hidup dengan gaya hidup hedonis adalah individu yang memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan mengambil atau memanfaatkan sekecil apapun untuk mencapai kesenangan yang diharapkan. Individu dengan gaya hidup hedonis di satu sisi diasosiasikan dengan citra hidup yang baik dan seni. Gaya hidup hedonis dapat menjadi adiktif, superfisial, sikap yang tidak bertanggung jawab dan cara berpikir yang egois.

Menurut Japariato (2010) hedonisme adalah suatu konsep yang dimiliki seseorang berdasarkan kesenangan semata demi memenuhi kepuasan pikiran mereka sendiri. Menurut James F. Engel, dkk (2015) Gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang menghabiskan waktu dan daya guna uang. Gaya hidup hedonis disini merupakan fungsi motivasi dalam mencerminkan nilai konsumen. Dengan kata lain masalah gaya hidup hedonis sangat erat kaitannya dengan pola konsumtif.

Menurut Chaney (dalam jurnal Rizaldi, 2016) gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Menurut Susianto (Rianton, 2012) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktifitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktifitas tersebut berupa menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa bahwa gaya hidup hedonis merupakan gaya hidup yang menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung mementingkan kemewahan tanpa memikirkan taraf kebutuhan untuk memenuhi kesenangan.

#### **4. Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis**

Menurut Mowen dan Minor (dalam Nurvitria, 2015) aspek-aspek gaya hidup hedonis ada 3 (tiga) yaitu:

#### 5. Minat

Minat diartikan sebagai suatu ketertarikan yang muncul dari dalam diri individu terhadap lingkungan, sehingga individu tersebut merasa senang untuk memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup. Minat tersebut dapat berupa dalam hal mode, makanan, barang-barang bermerk, menginginkan barang-barang diluar kebutuhannya, tempat berkumpul, senang pada keramaian kota dan selalu ingin menjadi pusat perhatian di masyarakat

#### 6. Aktivitas

Aktivitas adalah suatu cara individu dalam mempergunakan waktunya yang diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata yang dapat dilihat seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah untuk bermain, hura-hura, pergi ke pusat perbelanjaan maupun kafe, serta senang membeli barang-barang mahal yang sifatnya kurang diperlukan (konsumtif), suka dengan kegiatan bersenang-senang yang penting bagi remaja adalah apa saja yang bersifatpraktis, berapapun uang yang diberikan orang tua pasti habis dibelanjakan demi memuaskan nafsu semata-mata.

#### 7. Opini

Opini adalah pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pertanyaan-pertanyaan atau tentang isu-isu sosial dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.



Menurut Levan's dan Linda (2003) gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat dilihat dari aktivitas, minat maupun pendapat yang menjuru pada kesenangan hidup.

Jadi berdasarkan penjelasan dari tokoh di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek gaya hidup hedonis dalam penelitian ini adalah aspek minat, aspek aktivitas, dan aspek opini.

### **C. Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Terhadap Produk *Fashion***

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi. Mahasiswa merupakan intelektual muda yang nantinya menjadi calon-calon penerus bangsa dan negara. Menurut Wienaldi (Wastuti dan Pangaribuan, 2019), Perilaku konsumtif yaitu perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi tiada batas terhadap barang dan jasa yang kurang atau tidak diperlukan, hanya berdasarkan keinginan semata tanpa pertimbangan yang rasional. Diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bashir (2013) dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa gaya hidup adalah salah satu faktor yang berpengaruh pada perilaku belanja secara impulsif atau tanpa rencana sebelumnya karena sudah terbiasa dengan lingkungan disekitarnya.

Menurut Chaney (dalam jurnal Rizaldi, 2016) gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang

pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Thohiroh (2015) mengenai Perilaku Konsumtif melalui *Online Shopping Fashion* disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta melakukan perilaku belanja secara berlebihan, melakukan belanja karena kesenangan, pembelian impulsive. Perilaku belanja yang dilakukan ini sudah menjadi gaya hidup, informan rela menjual barang berharga seperti anting, kamera, handphone untuk membeli barang yang diinginkan dan subyek juga rela makan seadanya asal bisa beli baju branded dengan model yang berbeda dari orang lain serta merasa bangga memiliki banyak baju dan setiap berpergian selalu memakai baju yang berbeda-beda tanpa ada orang lain memakai baju yang sama.

Abadi, dkk (2020), dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kebanyakan perilaku konsumtif terjadi pada mahasiswi ditunjukkan dengan data sebanyak 86% wanita dan 14% pria dari 100 jumlah responden. Hal ini terjadi karena wanita lebih mementingkan penampilan dan senang melakukan aktivitas belanja, kuliner dan jalan-jalan daripada seorang laki-laki. Sedangkan laki-laki cenderung lebih sederhana dan apa adanya, tetapi mereka lebih senang berkumpul bersama temannya seperti diwarung atau angkringan setiap harinya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dan Setiaji (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa Mahasiswa biasanya mudah terbuju rayuan iklan, tidak realistis, dan boros dalam menggunakan uang sakunya. Pada setiap kesempatan berbelanja online menjadi perbincangan oleh sebagian

kalangan mahasiswi karena bisa diakses melalui *Blackberry Messenger*, *Smartphone*, dan media yang lebih memudahkan mahasiswi untuk mengaksesnya dan melakukan belanja *online* seperti yang dijelaskan oleh (Reza, 2015) bahwa orang indonesia belanja *online* seminggu tiga kali. Hal ini senada dengan penelitian Bahjatussaniah, Nuraini, dan achmadi dimana terjadi hubungan yang sangat erat antara variabel status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi.

Faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif yaitu gaya hidup hedonis. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Gita Hening Wulansari (2019) tentang “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Membeli *Make Up* pada Mahasiswi Universitas Islam Sultan Agung Semarang” Hasilnya menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif membeli *make up* pada mahasiswi UNISSULA Semarang. Lebih lanjut dalam penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Sutriati, Kartikowati, Riadi (2018), tentang “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fkip Universitas Riau ”hasil penelitian yang sudah dilakukan adalah gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Angkatan 2015 Universitas Riau. Sehingga hipotesis kedua diterima. Dengan demikian semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa tersebut.

Uraian diatas dapat disimpulkan bahwafaktor perilaku konsumtif pada mahasiswa adalah faktor pribadi yaitu gaya hidup hedonis.

#### **D. Kerangka Berfikir**

Mahasiswa adalah seorang peserta didik berusia 18 sampai 25 tahun yang terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.

Sifat mahasiswa yang membeli barang hanya untuk kesenangan semata atau untuk menunjukkan suatu posisi agar lebih terpandang dilingkungannya membuat mereka cenderung berperilaku konsumtif. Dalam hal berpakaian dan berpenampilan antara laki-laki dan perempuan dari kelas sosial berbeda mempunyai kerangka acuan yang berbeda pula. Mahasiswa yang menggunakan pakaian dengan merek terkenal dengan nilai tinggi akan memiliki prestise yang berbeda dari orang yang menggunakan pakaian dengan merek biasa dan dengan nilai yang rendah.

Menurut Wahyudi (dalam Kanserina, 2015), Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

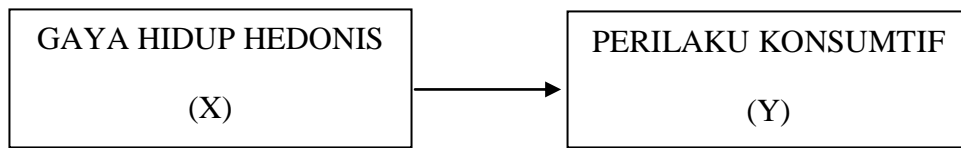
Menurut Veblen (2007), hedonis yang selalu meutamakan tampilan mewah dan membuang-buang harta dan benda (berfoya-foya) menunjukkan pada

karakter seseorang yang berada pada simbol objek yang menunjukkan suatu simbolkekayaan. Hal ini dipengaruhi oleh kebutuhan perempuan dalam mempercantik diri lebih banyak dari pada laki-laki. Perempuan tak pernah lepas dari kosmetik dan perawatan tubuh yang selalu menjanjikan penyempurnaan kekurangan yang dimiliki oleh perempuan.

Gaya hidup yang hedonis dapat dilihat dari aktivitas, minat dan pedapat dari individu yang bersangkutan. Selain itu, faktor lain penunjang kecantikan perempuan yaitu dilihat dari pakaian yang mereka gunakan. Pakaian menjadi salah satu alat ukur pada seseorang. Pakaian memiliki nilai komersial sendiri bagi penggunaanya yang mencerminkan masyarakat dari kelas atas, yaitu penghargaan atau reputasi yang berdampak pada pelayanan atau sikap dari lingkungan sekitarnya (Veblen. 2007).

Menurut Kotler (2005) adalah faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku mahasiswa seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Lingkungan mahasiswa yang menuntut mereka untuk mengikuti *trend* terbaru dan gaya hidup yang bermewah-mewah membuat mereka berperilaku konsumtif.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa apabila mahasiswa berperilaku konsumtif disebabkan bahwa adanya faktor pribadi dari mereka itu sendiri yaitu gaya hidup yang hedonis. Secara sistematis kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.

Bagan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada produk *fashion*.

### **E. Hipotesis**

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dipaparkan diatas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut ada hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa terhadap produk *fashion*.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identitas Variabel Penelitian**

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis. Adapun fungsi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif
2. Variabel Bebas (X) : Gaya Hidup Hedonis

#### **B. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian**

##### **1. Definisi Operasional Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dimana seseorang mengonsumsi barang dengan lebih, yang tak lagi didasari oleh pertimbangan yang rasional dan lebih mementingkan faktor kemauan daripada keperluan yang memicu kepuasan maksimal dan kesenangan semata, sehingga menimbulkan pemborosan.

Perilaku konsumtif dapat diukur menggunakan skala perilaku konsumtif berdasarkan aspek Lina & Rosyid (dalam Dwi Nurhaini, 2018). Aspek-aspek yang digunakan adalah Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*), pemborosan (*Wasteful buying*), pembelian secara tidak rasional (*Non rational buying*).

Tinggi rendahnya perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan skala perilaku konsumtif. Semakin tinggi skor perilaku konsumtif yang dimiliki, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif.

## 2. Definisi Oprasional Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu gaya hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikamatan adalah tujuan utama dalam hidup, dalam hal ini seseorang yang hedonis seringkali melakukan aktivitas fisik contohnya mengejar *modernitas*, menghamburkan banyak uang atau waktu (aktivitas) diluar rumah, berhawa nafsu dalam pemenuhan keinginan atau objek yang menurut dia menarik.

Gaya hidup hedonis diukur menggunakan skala gaya hidup hedonis berdasarkan aspek-aspek yang mengacu pada teori Mowen dan Minor (dalam Nurvitria, 2015). Aspek-aspek yang digunakan adalah minat, aktivitas, opini.

Tinggi rendahnya gaya hidup hedonis diukur dengan menggunakan skala gaya hidup hedonis. Semakin tinggi skor gaya hidup hedonis yang dimiliki, maka semakin tinggi pula gaya hidup hedonis.

## C. Subjek Penelitian

### 1. Populasi

Azwar (2017) berpendapat populasi ialah golongan subjek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian. Adapun yang menjadi populasi penelitian ini yaitu Mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

### 2. Sampel

Arikunto (2010) Sampel merupakan beberapa subjek yang diambil dari jumlah populasi yang diteliti. Peneliti mengambil sampel 144 mahasiswi dari



Fakultas Ekonomi Bisnis Islam dari angkatan 2017 dengan jumlah subjek sebanyak 144 orang, 44 subjek tryout dan 100 subjek penelitian.

Teknik sampling yang digunakan ialah *teknik Purposive Sampling*. Teknik *Purposive sampling* adalah seseorang yang dijadikan sampel penelitian yang didasarkan pada karakteristik yang di tentukan oleh peneliti itu sendiri (Darmawan, D. 2013). Tujuannya untuk memberi penegasan sifat ataupun batasan dari populasi terhadap subjek yang akan dijadikan sampel peneliti. Karakteristik yang diambil adalah sebagai berikut :

- a. Berjenis kelamin perempuan.
- b. Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2017.
- c. Melakukan belanja *fahion* secara offline dan online 3 kali/bulan.
- d. Memiliki lebih dari dua pakaian atau tas yang sama dengan merek berbeda.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah skala likert. Menurut Azwar (2016) skala likert merupakan skala dimana didalamnya terdapat pernyataan yang harus dijawab oleh responden dengan empat alternatif jawaban yaitu Setuju (S), sangat setuju (Ss), sangat tidak Setuju (sTS), dan Tidak Setuju (STS). Didalam alternatif jawaban tersebut terdapat dua jenis aitem yaitu *favorable* (F) dan *unfavorble* (UF).

### 1. Skala Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diungkap melalui skala Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang disusun oleh Ali Imron Fuadi (2018) yang memiliki nilai R 0,880, berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (1994) yaitu Pembelian Implusif, Pemborosan, dan Mencari Kesenangan.

Skala Perilaku Konsumtif berjumlah 32 aitem terdiri dari 15 aitem *favourable* dan 17 aitem *unfavourable*. Skala likert ini dibuat dalam 4 (empat) alternatif. Skor nilai yang diberikan 1 sampai 4, dengan ketentuan :

a. Untuk pernyataan *favourabel*

- 1) Pada nilai 1 (satu) jika menjawab STS (Sangat tidak Setuju)
- 2) Pada nilai 2 (dua) jika menjawab TS (Tidak Setuju)
- 3) Pada nilai 3 (tiga) jika menjawab S (Setuju)
- 4) Pada nilai 4 (empat) jika menjawab SS (Sangat Setuju)

b. Untuk pernyataan *unfavourabel*

- 1) Pada nilai 1 (1) jika jawab SS (Sangat Setuju)
- 2) Pada nilai 2 (2) jika jawab S (Setuju)
- 3) Pada nilai 3 (tiga) jika jawab TS (Tidak Setuju)
- 4) Pada nilai 4 (empat) jika jawab STS (Sangat Tidak Setuju)

Jumlah aitem perilaku konsumtif ini ialah 32 aitem. Berikut ini *blueprint* skala perilaku konsumtif :

**Tabel 1.**  
**Blue Print Skala Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			<i>Fav</i>	<i>UnFav</i>	
1	Pembelian <i>impulsif</i>	Spontanitas pada pembelian Ketidak kepedulian akan akibat dari sebuah produk yang dibeli Pembelian dilakukan karena pengaruh lingkungan	1,3,5,7,9, 11,13,15	2,4,6,8,1 0,12,14, 16	16
2	Pemborosan	Mengikuti mode yang sedang <i>in</i> Membeli ingin tampak berbeda dari yang lain	27,28	30,29,32	5
3	Pembelian tidak rasional	Pembelian dilakukan karena gengsi bukan karena kebutuhan Membeli barang hanya karena merek yang terkenal.	17,19, 21,23, 25	18,20,22,2 6,24,28	11
JUMLAH			15	17	32

## 2. Skala gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis dapat diungkap melalui skala Gaya Hidup Hedonis yang disusun oleh Siti M (2016) yang memiliki nilai R 0,806, berdasarkan aspek-aspek gaya hidup hedonis menurut Mowen dan Minor (2002) yaitu minat, aktivitas, opini.

Skala Gaya Hidup Hedonis berjumlah 30 aitem terdiri dari 16 aitem *favourable* dan 14 aitem *unfavourable*. Skala ini berbentuk skala likert yang dibuat dalam 4 (empat) alternatif jawaban. Skor penilaian diberikan antara nilai 1 (satu) hingga 4 (empat), dengan ketentuan sebagai berikut:

### a. Untuk pernyataan *favourabel*

- 1) Pada nilai 1 (satu) jika jawaban STS (Sangat Sesuai)
- 2) Pada nilai 2 (dua) jika jawaban TS (Tidak Sesuai)

- 3) Pada nilai 3 (tiga) jika jawaban S (Sesuai)
- 4) Pada nilai 4 (empat) jika jawaban SS (Sangat Sesuai)
- b. Untuk pernyataan *unfavourabel*
- 1) Pada nilai 1 (satu) jika jawaban SS (Sangat Sesuai)
- 2) Pada nilai 2 (dua) jika jawaban S (Sesuai)
- 3) Pada nilai 3 (tiga) jika jawaban TS (Tidak Sesuai)
- 4) Pada nilai 4 (empat) jika jawaban STS (Sangat Tidak Sesuai)

Jumlah aitem skala gaya hidup hedonis ini ialah 30 aitem. Berikut ini *blueprint* skala gaya hidup hedonis.

**Tabel 2**  
**Blue Print Skala Gaya Hidup Hedonis**

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>	
1	Minat	Memenuhi banyak keinginan spontan yang muncul Memandang hidup sebagai sesuatu yang instan Menginginkan kehidupan yang serba enak dan gampang	1,10,12,15,23	9,17,18,27	9
2	Aktivitas	Mengejar modernitas fisik Menghabiskan uang yang dimiliki	2,7,11,13,26,30	5,6,8,4,25,29	12
3	Opini	Memiliki realitas kenikmatan diatas rata-rata Memandang hidup secara instan	3,14,19,20,21	16,22,24,28	9
JUMLAH			16	14	30

## **E. Uji Validitas dan Reabilitas Pengumpulan Data**

### **1. Validitas Alat Pengumpulan Data**

Validitas adalah sejauh mana suatu tes atau skala secara akurat menjalankan fungsi pengukurannya yaitu dapat memberikan perbedaan sekecil-

kecilnya antara variabel lain (Azwar, 2012). Validitas yang tinggi dalam suatu alat ukur menghasilkan data secara akurat serta memberikan gambaran yang dikehendaknya oleh tujuan pengukuran tersebut. Apabila alat ukur menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran maka validitasnya rendah. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *Karl Pearson*. Sebagai syarat untuk memenuhi uji asumsi dengan subjek paling sedikit 30 orang (Suseno, 2012). Penelitian menggunakan bantuan aplikasi komputer yaitu *SPSS Statistic 21 for windows*.

## **2. Reliabilitas Pengumpulan Data**

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan *reliable* jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. (Azwar, 2010). Untuk mengetahui reliabilitas alat ukur maka digunakan koefisien *alpha*. Uji reliabilitas dalam penelitian dilakukan menggunakan bantuan komputerisasi *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) Seri 21.0 for Windows*.

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data korelasi *product moment* (ditemukan oleh *Karl Pearson*). *Korelasi Product Moment*

(KPM) merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dua variabel bila datanya berskala interval atau rasio. Penulis memakai *korelasi product moment* dikarenakan penulis menggunakan dua variabel dalam penelitian yang akan di teliti. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswi pada produk *fashion* dengan menggunakan bantuan program SPSS 21.0 *For Windows*.



## **BAB IV**

### **PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Orientasi Kancan dan Persiapan**

##### **1. Orientasi Kancan**

Sebelum melakukan penelitian, yang harus diperhatikan peneliti ialah memahami orientasi kancan atau informasi mengenai tempat penelitian yang berhubungan dengan judul peneliti. Berikut ini orientasi kancan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

##### **a. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah fakultas baru yang didirikan ditahun 2015, yang terletak di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Pembukaan fakultas ataupun prodi baru dibidang sains teknologi dan ilmu sosial di IAIN Raden Intan Lampung, terkhusus difakultas ekonomi dan bisnis islam selaras dengan Renster(Rencana Strategis) IAIN Raden Intan Lampung tahun 2013-2017, yang tujuannya untuk mencapai pengembangan kelembagaan pada transformasi IAIN jadi UIN. Fakultas FEBI mempunyai 4 (empat) prodi yakni prodi Ekonomi Syariah, Akutansi Syariah, Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah.

##### **b. Visi, Misi, dan Tujuan Fakutas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

##### **1) Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

Terwujudnya Fakultas yang Unggul di Bidang Ekonomi dan Bisnis Islam serta Berwawasan Lingkungan di Tingkat Nasional Tahun 2021.



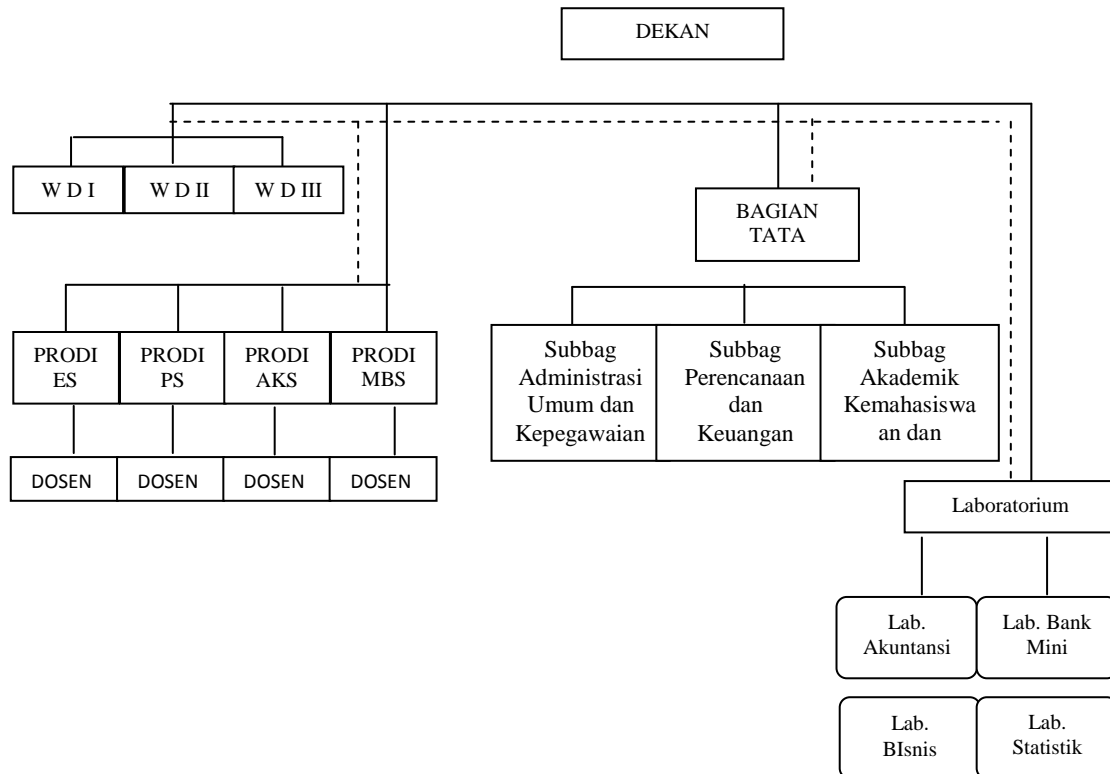
## **2) Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

- a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berwawasan lingkungan yang memiliki keunggulan dan berdaya saing nasional.
- b) Mengembangkan riset ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang relevan dengan kebutuhan masyarakat serta berwawasan lingkungan.
- c) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dan kerjasama untuk penguatan kelembagaan.

## **3) Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

- a) Menghasilkan sarjana di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang memiliki intelektualitas, spiritualisme dan integritas yang tinggi.
- b) Menghasilkan layanan kelembagaan pendidikan tinggi yang bermutu dan berorientasi pada kepuasan pengguna serta kelestarian lingkungan.
- c) Menghasilkan penelitian yang aplikatif sejalan dengan perkembangan ekonomi nasional.
- d) Mengembangkan program pengabdian yang berbasis kepada pengembangan ekonomi masyarakat yang berwawasan lingkungan.
- e) Terwujudnya kerjasama yang produktif dengan dunia usaha, industri, dan pemerintah.

**c. Struktur ke Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**



Gambar II.  
Struktur ke Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

- 1) **Dekan** : **Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I.**
- 2) **Wakil Dekan I** : **Dr. Heni Noviarita, SE, M.Si.**
- 3) **Wakil Dekan II** : **Dr. Ruhban Masykur, M.Pd.**
- 4) **Wakil Dekan III** : **Dr. Ahmad Isnaeni, M.A.**
- 5) **Kabbag TU** : **Zulaini Chaniago, S.E., M.E.I., Akt.**
  - a) Kasubbag Administrasi Umum & Kepegawaian: Toton Efendi, S.Ag., M.Kom.I.
  - b) Kasubbag Perencanaan & Keuangan: Suharyani, S.I.Kom.
  - c) Kasubbag Akademik, Kemahasiswaan & Alumni: Suciati M, S.H.

**a. Program Studi Ekonomi Syariah**

Ketua Prodi : Madnasir, S.E., M.S.I.

Sekretaris Prodi: Budimansyah, S.Th.I., M. Kom.I.

**b. Program Studi Perbankan Syariah**

Ketua Prodi : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.

Sekretaris Prodi: Muhamad Kurniawan, S.E., M.E.Sy.

**c. Program Studi Akuntansi Syariah**

Ketua Prodi : Any Eliza, S.E., M.Ak.

Sekretaris Prodi: Muhamad Iqbal, M.E.I.

**d. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah**

Ketua Prodi : Ahmad Zuliansyah, S.Si., M.M.

Sekretaris Prodi: Fatih Fuadi, M.Si.

**2. Persiapan Penelitian**

Persiapan sebelum dilakukan penelitian tujuannya supaya penelitian berjalan lancar dan terstruktur, persiapan yang peneliti lakukan ialah perizinan dan penyusunan alat ukur yang akan digunakan pada penelitian.

**a. Persiapan Administrasi**

Persiapan administrasi berkaitan tentang perizinan diajukan pada pihak terkait pada penelitian, penelitian diawali dengan perizinan pada pihak Fakultas terkait dengan mendatangi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Di Gedung Dekanat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), dengan membawa surat izin penelitian yang sudah ditanda tangani Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi

Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Nomor Surat 2500/UN.16/DU/PP.00.9/12/2020 dilakukan pada tanggal 10 Desember 2020 yang ditujukan kepada Dekan FEBI yaitu Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I. .

Setelah mendapatkan izin Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), peneliti meminta data jumlah mahasiswa pada masing-masing Prodi yang berstatus angkatan 2017. Pada 17 Desember 2020 peneliti menghadap skertaris setiap Prodi untuk berkoordinasi dengan sekertaris mengenai kosma setiap kelas untuk mengkondisikan para mahasiswi bahwa akan ada peneliti dikelas. Setelah itu peneliti memberikan link *goggle form* yang berisikan angket yang harus diisi pada mahasiswi pada setiap Prodi.

#### b. Mempersiapkan Alat Pengumpulan Data

Mempersiapkan alat pengumpulan data yaitu skala Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Hedonis. Kedua rancangan skala dibuat penulis menggunakan dua jenis pernyataan yaitu favorabel dan unfavorebel dengan 4 (empat) alternative di setiap kolom pernyataan. Untuk pernyataan *favourabel* pada nilai 1 (satu) jika jawaban STS (Sangat Tidak Setuju), pada nilai 2 (dua) jika jawaban TS (Tidak Setuju), pada nilai 3 (tiga) jika jawaban S (Setuju), dan pada nilai 4 (empat) jika jawaban SS (Sangat Setuju). Selanjutnya untuk pernyataan *unfavourabel* pada nilai 1 (satu) jika jawab SS (Sangat Setuju), pada nilai 2 (dua) jika jawab S (Setuju), pada nilai 3 (tiga) jika jawab TS (Tidak Setuju), dan Nilai 4 (empat) jika jawab STS (Sangat Tidak Setuju). Apabila dalam mempersiapkan penelitian sudah selesai tahap berikutnya yaitu *tryout* skala penelitian yang sudah dibuat peneliti.

### 3. Pelaksanaan *Tryout*

Setelah merancang skala penelitian, dilakukannya uji coba lebih dulu pada skala penelitian dengan *tryout* pada subjek. tujuannya untuk mengetahui aitem valid dan tidak valid (aitem gugur), guna untuk syarat validitas dan reliabilitas yang dijadikan sebagai alat ukur penelitian.

Peneliti melakukan *tryout* 16 Desember 2020 dengan menyebar dua skala Perilaku Konsumtif berjumlah 32 aitem, skala Gaya Hidup Hedonis berjumlah 30 aitem. Skala tersebut diajukan pada 44 mahasiswi. Penyebaran skala tersebut peneliti sebarakan menggunakan aplikasi *whatsapp* dengan melampirkan link *Goggle Form*.

Setelah mengerjakan skala, skala dikumpulkan dan dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan *software SPSS for windows 21.0*. Pelaksanaan *tryout* tujuannya untuk mengetahui aitem yang memenuhi syarat validitas dan reliabilitas yang dijadikan sebagai alat ukur penelitian.

### 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas instrument terhadap skala Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Hedonis teknik korelasi *product moment*. Azwar (2015) jika aitem memiliki koefisien daya deskriminasi yang berkisar antara  $r_{ix} \geq 0,300$  dengan semua aitem mencapai koefisien korelasi minimal 0,300 daya deskriminasinya dapat dikatakan memuaskan atau valid, sedangkan jika  $r_{ix} \leq 0,300$  atau koefisien korelasi nya kurang dari 0,30 dapat dikatakan gugur atau tidak valid. Berikut hasil

uji validitas dan reliabilitas skala Perilaku Konsumtif dan skala Gaya Hidup Hedonis.

a. Hasil *Try Out* Perilaku Konsumtif

Setelah melakukan hitung validitas dan reliabilitas dari 32 aitem yang sudah diujikan pada 44 responden dengan dibantu program *SPSS 21.0 for windows* didapatkan 24 aitem valid dan 8 gugur. Koefisien reliabilitas alpha (*cronbach's alpha*) pada skala perilaku konsumtif memiliki nilai  $\alpha = 0,887$  yang artinya aitem pada skala tersebut dinyatakan reliabel. Berikut tabel sebaran aitem valid dan gugur skala Perilaku Konsumtif.

**Tabel 3.**  
**Aitem Skala Perilaku Konsumtif , Valid Dan Gugur**

No	Aspek	Aitem semula	Aitem		Koefisien korelasi
			Gugur	Valid	
1	Pembelian impulsif	16	2	14	0.396-0.816
2	Pemborosan	5	2	3	0.473-0.746
3	Pembelian tidak rasional	11	4	7	0.469-0.816
		32	8	24	0.396-0.816

b. Hasil *Try Out* Gaya Hidup Hedonis

Sesudah melakukan hitung validitas dan reliabilitas pada 30 aitem yang diujikan pada 44 responden dengan dibantu program *SPSS for windows 21.0* dapat diperoleh 21 aitem valid dan 9 aitem gugur. Koefisien reliabilitas *alpha* (*cronbach's alpha*) pada skala gaya hidup hedonis memiliki nilai  $\alpha = 0,859$  yang

berarti aitem skala tersebut dinyatakan reliabel. Berikut tabel sebaran aitem valid dan aitem gugur pada skala gaya hidup hedonis.

**Tabel 4.**  
**Aitem Skala Gaya Hidup Hedonis, Valid Dan Gugur**

No	Aspek	Aitem semula	Aitem		Koefesien korelasi
			Gugur	Valid	
1	Minat	9	3	6	0.349-0.586
2	Aktivitas	12	5	7	0.358-0.644
3	Opini	9	1	8	0.404-0.673
		30	9	21	0.349-0.673

### c. Penyusunan Skala Penelitian

Sesudah melaksanakan uji validitas dan reliabilitas terhadap skala Perilaku Konsumtif dan skala Gaya Hidup Hedonis diperoleh 24 aitem untuk skala Perilaku Konsumtif dan 21 untuk skala Gaya Hidup Hedonis, jadi peneliti merancang skala yang valid dan reliabel guna dijadikan alat ukur penelitian, tahap berikutnya yaitu merancang aitem-aitem valid menjadi skala yang bagus untuk dipakai sedangkan aitem gugur tidak lagi digunakan atau dihapuskan dalam perancangan skala.

**Tabel 5.**  
**Rancangan Skala Perilaku Konsumtif sesudah Try Out**

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			Fav	UnFav	
1	Pembelian implusif	Spontanitas pada pembelian	1,3,7,9,1	2,4,6,8,1	14
		Ketidak kepedulian akan akibat dari sebuah produk yang dibeli Pembelian dilaakukan karena pengaruh lingkungan	1,13,15	2,14,16	
2	Pemborosa n	Mengikuti mode yang sedang <i>in</i> Membeli ingin tampak berbeda dari yang lain	27,28	29	3
3	Pembelian tidak rasional	1.Pembelian dilakukan karena gengsi bukan karena kebutuha	17,19,21	20,24,31	7
		2.Membeli barang hanya karena merek yang terkenal.	,25		
JUMLAH			14	10	24

**Tabel 6**  
**Rancangan Skala Gaya Hidup Hedonis sesudah Try Out**

No	Aspek-aspek	Inikator	Aitem		Jumlah
			Fav	Unfav	
1	Minat	Memenuhi banyak keinginan spontan yang muncul Memndang hidup sebagai sesuatu yang instan Menginginkan kehidupan yang serba enak dan gampang	1,10,12,15,18,23	-	
2	Aktivitas	Mengejar modernitas fisik Menghabiskan uang yang dimiliki	2,7,11,13,30	8,25	7
3	Opini	Memiliki realitas kenikmatan diatas rata-rata Memandang hidup secara instan	3,19,20,21	16,22,24,28	8
JUMLAH			15	6	21



## **B. Pelaksanaan Penelitian**

### **1. Penentuan Subjek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini yakni mahasiswi angkatan 2017 prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Jumlah subjek pada penelitian ini 144 mahasiswi.

### **2. Pelaksanaan Pengumpulan Data**

Pelaksanaan pengumpulan data dilaksanakan 18 Januari 2021 dengan menyebarkan 2 (dua) skala yakni, skala Perilaku Konsumtif dan skala Gaya Hidup Hedonis pada mahasiswi angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Peneliti melakukan pengumpulan data via *Google Form*. Peneliti membagikan link *Google Form* yang berisi kuesioner penelitian beserta petunjuk pengisian kepada seluruh subjek. Setelah subjek selesai mengisi kemudian subjek mengirimkan kembali hasil jawaban pernyataan kepada peneliti.

### **3. Skoring**

Skoring adalah tahap pemberian skor pada setiap jawaban dari pernyataan yang dikirimkan oleh subjek, pemberian skor dapat diketahui melalui alternatif jawaban yang disediakan di tiap pernyataan. Ada empat alternatif jawaban yaitu S (Setuju), SS (Sangat Setuju), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pada tiap nilai skor alternatif jawaban bergerak dari 1 (satu) sampai 4 (empat). Nilai pada alternatif jawaban dapat dilihat dari 2 (dua) jenis pernyataan yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Pada pernyataan *favorable*. Nilai skor pada alternatif jawaban *favorable* memiliki skor SS = 4 (empat), S = 3 (tiga), TS = 2 (dua) dan

STS = 1 (satu), dan sebaliknya nilai pada jawaban *unfavorable* dengan alternatif jawaban SS = 1 (satu), S = 2 (dua), TS = 3 (tiga), dan STS = 4 (empat). Setelah skor sudah diperoleh maka dapat digunakan untuk menganalisis hasil penelitian.

Setelah skor sudah didapatkan maka dapat digunakan untuk menganalisis hasil penelitian.

### C. Analisis Data Penelitian

#### 1. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Data berikut merupakan hasil dari data skala Perilaku Konsumtif dan skala Gaya Hidup Hedonis yang sudah tersebar pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

**Tabel 7**  
**Deskripsi Data Penelitian**

Variabel	Aitem	Skor Empirik				Skor Hipotetik			
		Min	Maks	Mean	Sd	Min	Maks	Mean	Sd
Perilaku konsumtif	24	41	65	55.43	5.044	24	96	72	12
Gaya hidup hedonis	21	35	64	52.41	6.251	21	84	52.5	10,5

Keterangan skor hipotetik :

- Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.
- Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.

- c. Rerata hipotetik ( $\mu$ ) dengan rumus  $\mu = (\text{skor min} + \text{skor maks}) : 2$
- d. Standar deviasi ( $\sigma$ ) hipotetik adalah :  $\sigma = (\text{skor maks} - \text{skor min}) : 6$

Berdasarkan data diatas terdapat dua variabel yang memiliki uraian statistik jumlah aitem, skor minimum, skor maksimum, mean dan standar deviasi pada bagian skor empirik dan skor hipotetik. Skor empirik pada variabel Perilaku Konsumtif menunjukkan mean dengan skor 55.43 pada skor empirik, sedangkan pada skor hipotetik menunjukkan mean dengan skor 72 yang berarti bahwa skor hipotetik Perilaku Konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Angkatan 2017 lebih besar daripada skor empirik Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Angkatan 2017.

Pada variabel Gaya Hidup Hedonis didapat bahwa skor empirik menunjukkan mean sebesar 52,41, sedangkan pada skor hipotetik Gaya Hidup Hedonis didapatkan mean sebesar 52,5 yang berarti bahwa skor Gaya Hidup Hedonis hipotetik lebih besar daripada peilaku konsumtif diri empirik.

## **2. Kategorisasi Skor Variabel Penelitian**

Setelah dilakukan deskripsi data penelitian, selanjutnya peneliti melakukan pengkategorisasian skor berdasarkan skor mean hipotetik dan standart hipotetik. Berikut ialah tabel beserta deskripsi kategorisasi skor pada tiap variabel. Azwar (2012) menjelaskan penentuan kategorisasi skor tiap variabel penelitian dengan memperhatikan bagian-bagian berikut.

Rentang skor tinggi (skor hipotetik) = skor maks – skor min. Rentang skor sedang = hasil rentang skor tinggi – skor min. Rentang skor rendah = hasil dari rentang sedang.

**Tabel 8**  
**Kategorisasi perilaku konsumtif**

<b>Kategorisasi</b>	<b>Rentan Skor</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen (%)</b>
Tinggi	$X > 72$	0	0%
Sedang	$48 < X < 72$	94	94%
Rendah	$X < 48$	6	6%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas diketahui terdapat tiga kategori Perilaku Konsumtif, yaitu kategori tinggi rentan skor  $X > 72$  dapat diperoleh 0 subjek penelitian yang memiliki persentase sebesar 0%, kategori sedang dengan rentan skor  $48 < X < 72$  dapat diperoleh sebanyak 94 subjek dengan persentase sebesar 94%, dan kategori rendah dengan rentan skor  $X < 48$  dapat diperoleh 6 subjek penelitian dengan persentase sebesar 6%.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung angkatan 2017 kategori sedang.

**Tabel 9**  
**Kategorisasi gaya hidup hedonis**

<b>Kategorisasi</b>	<b>Rentan Skor</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen (%)</b>
Tinggi	$X > 63$	5	5%
Sedang	$63 < X < 42$	91	91%
Rendah	$X < 42$	4	4%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa gaya hidup hedonis terbagi menjadi tiga kategori, tinggi, sedang dan rendah. Pada kategori tinggi dengan rentan skor  $X > 63$  dapat diperoleh sebanyak 5 subjek penelitian yang memiliki persentase sebesar 5%. Kategori sedang dengan rentan skor  $63 < X < 42$  dapat diperoleh sebanyak 91 subjek penelitian dengan persentasi 91% dan kategori rendah dengan rentan skor  $X < 42$  dapat diperoleh sebanyak 4 subjek penelitian dengan persentase sebesar 4%.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung angkatan 2017 kategori sedang.

### 3. Uji Asumsi

Sebelum uji hipotesis, maka diperlukan uji asumsi yang bertujuan untuk mengetahui terpenuhi atau tidak syarat data yang diperoleh untuk dilakukan analisis selanjutnya. Uji asumsi meliputi uji normalitas dan uji linieritas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui hasil data yang sudah disebarkan pada tiap variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Data sebaran dapat dikatakan normal apabila memenuhi syarat  $p > 0,05$ . Uji normalitas menggunakan teknik *one sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) yang dilakukan pada kedua variabel penelitian. Berikut tabel uji normalitas :

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Rerata	SD	K-S	Taraf Signifikan	Keterangan
<b>Perilaku Konsumtif*</b>	55.43	5.044	1.060	0.211 ( $p > 0,05$ )	Normal
<b>Gaya Hidup Hedonis</b>	52.41	6.251	0.939	0.342 ( $p > 0,05$ )	Normal

Berdasarkan tabel uji normalitas diatas, dapat diketahui kedua variabel penelitian yakni Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Hedonis memiliki sebaran data normal. Hal tersebut dapat diketahui dari taraf signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* dengan  $p > 0,05$  pada kedua variabel penelitian.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier. Kedua variabel penelitian dikatakan linier apa bila  $p > 0,05$ . Berikut adalah tabel uji linieritas pada kedua variabel :

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig. Deviation from Linierity	Taraf Signifikansi	Keterangan
<b>Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Hedonis</b>	0.859	0.656 $> 0,05$	Linier

Berdasarkan tabel hasil uji linieritas diatas dapat diketahui bahwa variabel Perilaku Konsumtif dan variabel Gaya Hidup Hedonis memiliki *sig. deviation from linierity* sebesar 0.859 dengan signifikansi 0,656 dengan ( $p > 0,05$ ).

#### 4. Uji Hipotesis

Setelah uji normalitas dan uji linieritas kedua variabel terpenuhi maka berikutnya dilakukan uji hipotesis, bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak hubungan variabel bebas (X) dengan variabel tergantung (Y). Uji hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis *product momen* yang dihitung dengan bantuan SPSS 21.0 for windows. Berikut adalah uji hipotesis yang dilakukan :

**Tabel 12**  
**Uji Hipotesis**

<b>Hubungan Gaya Hidup Hedonis * dengan Perilaku Konsumtif</b>	<b>R</b>	<b>r<sup>2</sup></b>	<b>P</b>
	<b>0.351</b>	<b>0,123</b>	<b>0,000</b>

Hasil hitung menunjukkan koefisien korelasi antara kedua variabel sebesar 0.351 dengan probabilitas 0,000 yang berarti bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan karena nilai ( $p < 0,01$ ), maka hipotesis menyatakan ada hubungan yang positif signifikan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada mahasiswa terhadap produk *fashion*, semakin tinggi Gaya Hidup Hedonis maka semakin tinggi Perilaku Konsumtif.

#### D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun Ajaran 2017.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Product Moment* untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Proses analisis ini menggunakan program bantu *software SPSS for Windows 25.0*.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun Ajaran 2017 yang berjumlah 262 mahasiswa yang terdiri dari 4 Prodi dengan satu prodi masing-masing terdapat 4 kelas yaitu A, B, C, dan D. Teknik sampling pada penelitian ini yaitu *Purposive Sampling* dengan menentukan kategori dalam pemilihan sampel. Kategori sampel pada penelitian ini yaitu berjenis kelamin perempuan, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun Ajaran 2017, melakukan belanja *fashion* secara *offline* dan *online* 3 kali/bulan, dan memiliki lebih dari dua produk tas dan baju yang sama dengan merk berbeda.

Hipotesis pada penelitian ini yaitu ada hubungan yang positif signifikan antara gaya hidup hedonis dan Perilaku konsumtif pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Raden Intan Lampung angkatan 2017, dengan  $R_{xy} = 0.351$  dan  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ) yang berarti hipotesis yang diajukan diterima.

Hasil uji normalitas menunjukkan kedua variabel dalam penelitian memiliki distribusi normal. Dapat dilihat dari uji normalitas yang menghasilkan *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1,060 dengan  $p = 0,211$  ( $p > 0,05$ ) untuk variabel Perilaku Konsumtif dan *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.939 dengan  $p = 0,342$



( $p > 0,05$ ) untuk variabel gaya hidup hedonis pada mahasiswi terhadap produk *fashion*.

Uji linieritas hubungan antara variabel gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi terhadap produk *fashion* menghasilkan  $F = 0.859$  dengan  $P = 0,656$  ( $p > 0,05$ ). Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel adalah linier.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif terdapat hubungan positif yang signifikan dengan hasil  $R = 0.351$  dan  $P = 0,000$  ( $p < 0,01$ ) dengan signifikansi sebesar 1%. Hal ini menunjukkan semakin tinggi perilaku konsumtif maka semakin tinggi gaya hidup hedonis mahasiswi pada produk *fashion*.

Menurut Lina dan Rosyid (dalam Fransica dan Erdiansyah, 2020), perilaku konsumtif seorang individu ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan. Dalam memenuhi perilaku konsumtif memerlukan biaya yang tidak sedikit, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal mampu memberikan kepuasan dan kesenangan bagi orang yang menganutnya. Perilaku Konsumtif dilakukan untuk menunjukkan status sosial, kekayaan, *prestige*, dan untuk memenuhi kepuasan pada individu tersebut.

Menurut Sumarwan (2011) perilaku konsumtif atau yang disebut tindakan konsumen ialah seluruh aktivitas, kegiatan, berikut proses perasaan yang menyokong perbuatan saat sebelum membeli sesuatu, saat membeli, memakai, mengurangi suatu produk sesudah mengikuti hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut Armstrong dan Kotler (Lesmana & Santoso, 2019) gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disukai, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Nadzir dan Ingarianti (2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya di luar rumah untuk bersenang-senang dengan temannya, gemar membeli barang yang tidak dibutuhkan, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya.

Sedangkan menurut Levan's & Linda (Rianton, 2013) gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktifitas, minat maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup.

Selanjutnya terdapat tiga kategorisasi pada masing-masing variabel yaitu rendah, sedang dan tinggi. Pada variabel Perilaku Konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung angkatan 2017, tergolong dalam kategori sedang dengan frekuensi sebanyak 94 subjek dengan persentase sebesar 94%. Kategori selanjutnya pada Gaya Hidup Hedonis mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung angkatan 2017, tergolong dalam kategori sedang dengan frekuensi sebanyak 91 subjek dengan persentase sebesar 91%, Adapun sumbangan efektif variabel Gaya Hidup Hedonis sebesar 12,3% terhadap

variabel *fear missing out*, dan 88,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel gaya hidup hedonis.

Kehidupan dikampus yang telah membentuk pola hidup yang khas di kalangan mahasiswa membuat mereka cenderung berperilaku konsumtif. Mahasiswa yang berperilaku konsumtif cenderung mengikuti *mode* dengan membelanjakan uang untuk mengonsumsi barang-barang yang mendukung penampilannya. Bahkan banyak kalangan Mahasiswi yang menganggap kebutuhan seperti pakaian, sepatu, tas, kosmetik, aksesoris, *handphone*, dan barang-barang lainnya yang bermerek, membuat mereka mempunyai status sosial yang tinggi dan ditempatkan sebagai kebutuhan pokok, sehingga mahasiswi cenderung membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang tersebut.

Perilaku konsumtif juga dapat dikatakan sebagai perilaku kenakalan atau perilaku yang menyimpang ketika mahasiswi berbelanja dengan menggunakan uang kuliah, membohongi orangtua agar mendapatkan uang untuk berbelanja, bahkan menjual barang-barang berharga untuk berbelanja dan mencuri uang orangtua agar dapat membeli barang yang disukai.

Fenomena yang terjadi ini sangat berkaitan dengan pentingnya literasi keuangan yang harus dimiliki oleh mahasiswi agar dalam pengelolaan uang memiliki prioritas. Usia mahasiswi yang masih tergolong remaja seringkali membuat mereka tidak menyadari ketika gaya hidup mereka sudah mengarah pada gaya hidup hedonis. Mahasiswi sangat antusias dengan hal-hal baru, gaya

hidup hedonis ini dianggap sangat menarik, mengingat gaya hidup hedonis memiliki daya tarik yang besar terhadap kehidupan mahasiswi.

Dampak yang ditimbulkan apabila kita berperilaku konsumtif antara lain tidak dapat menabung untuk masa depan, karena seluruh penghasilannya telah dibelanjakan, hidup berfoya-foya akan menimbulkan kecemburuan sosial, tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, karena lebih banyak mengkonsumsi barang pada saat sekarang, bila terlalu berlebihan maka akan menyebabkan terbiasa hidup boros.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

Terdapat hubungan antara Gaya hidup hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada mahasiswi terhadap produk *fashion*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil  $R_{xy} = 0,351$  dengan  $P = 0,000$  ( $P < 0,01$ ) atau signifikan 1% yang berarti ada hubungan positif signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula Perilaku Konsumtif. Adapun sumbangan efektif variabel gaya hidup hedonis sebesar 12,3% terhadap variabel perilaku konsumtif, dan 87,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel gaya hidup hedonis.

#### **B. Saran**

Berikut beberapa saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil dari penelitian ini, antara lain :

##### **1. Bagi Mahasiswa**

Bagi mahasiswa maupun mahasiswi agar dapat mengendalikan diri serta menghindari gaya hidup yang konsumtif dapat dengan cara menabung, membuat daftar kebutuhan yang prioritas, mengurangi membuka aplikasi belanja online, dan berfikir jernih sebelum membeli barang.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti permasalahan yang sama, yaitu Perilaku Konsumtif disarankan :

- 1) Untuk menggunakan variabel lain yang ada dalam faktor Perilaku Konsumtif, seperti faktor budaya, faktor psikologis, faktor sosial.
- 2) Disarankan untuk orang tua diharapkan memberikan uang sesuai kebutuhan anak dan jangan terlalu berlebihan agar mereka bisa menurunkan tingkat perilaku konsumtifnya.
- 3) Disarankan juga untuk penelitian selanjutnya menggunakan metode lain seperti kualitatif terhadap Perilaku Konsumtif karena akan memperoleh hasil yang lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldo Enrico, R. A. 2014. *The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. International Journal of Scientific and Research Publications.*
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. 2018. *Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Economic Education Analysis Journal.* Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi.
- Anggraini, R. T., Santhoso, F, H., 2017. *Hubungan Antara Gaya Hidup Dengan Perilaku Konsumtif Remaja.* Gadjah Mada Journal of Psychology.
- Anwar Prabu Mangkunegara. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia.* Bandung: Penerbit Refika Aditama.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2010. *Reliabilitas dan Validitas.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2017. *Metode Penelitian Psikologi.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bashir, S., Zeeshan, M., Sabbar, Hussain & Sarki, I.H. 2013. *Impact Of Cultural And Life Style on Impulse Buying Behaviour: A Case Study of Pakistan. International Review of Management and Business Research* Vol.2.
- Chaney, David. 2003. *Lifesyle.* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). *Hubungan antara Self-Control dengan perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011*, 3(April).
- Effendi, Usman, dan Batubara, R, A., 2016. *Psikologi Konsumen.* Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Effendi, Usman, dan Batubara, R, A., 2016. *Psikologi Konsumen.* Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Fardhani, P.R., & Izzati, U.A. 2013. *Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja (Studi pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya).* Character, 1(02), 1-7.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. 2013. *Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang.* Jurnal Psikologi Universitas diponegoro.
- Fuadi, Imron, A., 2018. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa/i Psikologi Universitas Medan Area.* Fakultas Psikologi. Universitas Medan Area. Skripsi.
- Japarianto., Edwin. 2010. *Analisa faktor type hedonic shopping motivation dan faktor pembentukan kepuasan tourist shopper di Surabaya. Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, Vol. 12. No. 1, Maret : 76 – 85.
- Kanserina, Dias,. 2015. *“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA*

- 2015.” Jurnal Ekonomi. Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha.
- Katsir, Ibnu. 2007. *Tafsir Ibnu Katsir, Jil.s.* Bandung. Sinar Baru Algensida.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta Prenhallindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Management Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Maisyaroh, Siti,. 2016. *Hubungan Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Komplusif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang*. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi.
- Maulana,. 2013. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Diunduh dari [www.Kompasiana.com](http://www.Kompasiana.com). 13-07-2020
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja di kota malang. Psikologi Forum UMM,
- Nurhaini, Dwi,. 2018. “*Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadged Remaja SMAN 1 Tanah Grogot.*” Jurnal Psikologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman.
- Nurvitria, A. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY*. e-Journal Bimbingan dan Konseling. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Oktafikasari, Eva,.Amir, Mahmud.2017.“*KonformitasHedonisDanLiterasi EkonomiTerhadapPerilakuKonsumtifMelalui GayaHidupKonsumtif.*” Economic EducationAnalysisJournal.
- Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran Edisi kesebelas Jilid 2*, Indeks. Jakarta.
- Pontania, A. (2016). *Hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis pada siswa SMA Negeri 4 Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Putera. A. D. (2018). *Jumlah Pembelian Online Indonesia Capai 11. 9 Persen dari Populasi* Retrived March 31, 2019. Kompas.com
- Rasyid, Abranur,. 2019. *Perilaku Konsumtif dalam Perfektif Agama islam*. Jurnal Hukum Ekonomi. Institu Agama Islam Negeri Padang Sidimpunan.
- Rianton. (2012). *Hubungan antara konformitas kelompok teman sebaya dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Kab. Dhamasraya di Yogyakarta*. Naskah Publikasi. Yogyakarta.
- Rizaldi, Mufti,. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone di Kalangan Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2004. *Psikologi Remaja*. Jakarta: RajaGrafindo persada
- Setiadi, J. N. 2015. *Psikologi Konsumen*. Jakarta. Penerbit: Prenadamedia Group.
- Shihab, Quraish, M. 2002. *Tafsir Al-Misbah*, Vol. 7. Jakarta. Lentera Hati.
- Sitepu, Indriyani, Novi. 2016. *Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.



- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Peran Iklan Televisi)*. Bandung : Alfabeta.
- Sutriati., Kartikowati, S., Riadi RM. 2018. *Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau*. Jurnal FKIP. Universitas Riau.
- Tambunan, R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com> diunduh 24 september 2014.
- Thohiroh, A. Q. (2015). *Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Skripsi.
- Tim Redaksi KBBI PB. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Keempat)*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Veenhoven, R. (2007). *The Art of Buying Coming to Term with Money and Materialism*. Journal of Happiness Studies. 4(4): 198-216.
- Wahyudi. 2013. *Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza*. Ejournal Sociology. Vol 1 no 4. Diakses 5 Desember 2014.
- Wulansari, Gita, H., 2019. *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Make-up Pada Mahasiswi Universitas Islam Sultan Agung Semarang*. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Sultan Agung.
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung*. Jurnal Mitra Manajemen, 3(1).
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Kosumen Teori dan Praktik*. Pustaka Setia: Bandung.